

**INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN  
CIENTÍFICA, CONTABLE Y FINANCIERA**  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, AUDITORÍA  
SISTEMAS DE CONTROL DE GESTIÓN Y FINANZAS

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA GABRIEL RENÉ MORENO

NÚMERO DE GRUPO

37



# XIV FERIA FACULTATIVA

## DE EMPRENDEDURISMO INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

**NOMBRE DE PROYECTO:** CHOCOBOOM

**CATEGORÍA**

**EMPRENDIMIENTO**

**INTEGRANTES**

LIZ GABRIELA ROBLES GARCIA 221062823

MARIA BELEN VIRACOTI MOYA 224037919

LUIS FERNANDO MELEAN DURAN 224036033

ANGELINE OSINAGA LOPEZ 224036033

YAIR BRAYAN COPA CARBAJAL 222001097

**DOCENTE GUIA**

LIC. ROSA LIA ARANDIA ORELLANA

# INDICE

## CREACION DE POSTRES “CHOCOBOOM”

CREACION DE POSTRES “CHOCOBOOM” .....	1
1. INTRODUCCION. ....	1
2. MARCO TEORICO.....	1
2.1 Emprendimiento y Plan de Negocio .....	1
2.2 Repostería Artesanal .....	2
2.3 Segmentación de Mercado .....	2
2.4 Propuesta de Valor .....	2
2.5 Marketing Digital y Redes Sociales.....	3
2.6 Costos y Estructura de Precios .....	3
2.7 Innovación y Satisfacción del Cliente .....	3
3. PROBLEMÁTICA. ....	3
3.1. Bloque 1: Segmento de Clientes .....	4
3.1.1 Criterios de segmentación .....	4
3.1.2. Cuantificación Demanda Potencial .....	5
<b>3.2 Bloque II. Propuesta de Valor</b> .....	5
3.2.1. Propuesta de valor para cada Segmento de Mercado.....	5
3.2.2. Descripción de la necesidad que satisface .....	6
3.2.3. Descripción el Producto o Servicio (Prototipo).....	6
<b>3.3. Bloque III. Canales de Distribución y Comunicación</b> .....	7
3.3.1. Descripción de los Canales de Distribución y Comunicación .....	7
3.3.2. Descripción de la Integración de los Canales de Distribución (Si corresponde).....	7
3.3.3. Grafica (Flujograma) de los Canales de Distribución y Comunicación .....	8
<b>3.4 Bloque IV. Relación con el Cliente</b> .....	8
3.4.1. Describir la Estrategia de Relación con el Segmento de Mercado.....	8
3.4.2. Cuantificar el costo .....	8
<b>3.5 Bloque V. Flujo de Ingresos</b> .....	8

3.5.1. Flujo de Ingresos por cada segmento de mercado .....	8
3.5.2. Estrategia de Precios .....	8
3.5.3. Precios aproximados de la competencia.....	8
3.5.4. Modalidades de Pago.....	9
<b>3.6 Bloque VII. Actividades Clave</b> .....	10
3.6.1. Describir las Actividades Claves de la Propuesta de Valor.....	10
<b>3.7 Bloque VIII. Asociaciones Claves</b> .....	10
3.7.1. Describir las Asociaciones Claves (Alianzas Estratégicas) .....	10
3.7.2. Describir los Socios Claves (Nos, ubicación).....	10
<b>3.8 Bloque IX. Estructura de Costos</b> .....	10
3.8.1 Costos aproximados de ingredientes para 25 postres pequeños.....	10
3.8.2. Costos totales de ingredientes para 25 postres pequeños .....	11
3.8.3. Costo total de ingredientes.....	11
3.8.4. Costos operativos y fijos (para 25 postres) .....	12
Gastos operativos por unidad (aproximados):.....	12
3.8.5. Total de costos operativos y fijos:.....	12
3.8.6. Costo total por 25 postres: .....	12
3.8.7. Precio sugerido de venta por postre: .....	12
<b>Precio recomendado por postre:</b> .....	12
4. Recomendaciones.....	13
<b>Recomendaciones:</b> .....	13
5. Conclusion .....	14
6. ANEXO.....	15

# CREACION DE POSTRES “CHOCOBOOM”

## 1. INTRODUCCION.

Endulzar los momentos especiales y cotidianos es nuestra pasión. En CHOCOBOOM, nacimos del amor por la repostería casera y la creatividad en la cocina. Somos un emprendimiento dedicado a ofrecer postres artesanales, elaborados con ingredientes de alta calidad y un toque único que los hace inolvidables. Desde pasteles personalizados hasta postres en vaso, nuestra misión es brindar dulzura, sabor y una experiencia memorable en cada bocado. Porque creemos que la felicidad también se sirve en porciones dulces.



## 2. MARCO TEORICO

### 2.1 Emprendimiento y Plan de Negocio

El emprendimiento es la capacidad de identificar oportunidades y desarrollar soluciones innovadoras que generen valor. Según Kuratko (2017), los emprendedores son agentes de cambio que transforman ideas en negocios viables. En este sentido, el plan de negocio es una herramienta fundamental para estructurar, analizar y presentar una propuesta empresarial. El método CANVAS, desarrollado por Osterwalder y Pigneur (2010), es una herramienta visual ampliamente utilizada que permite describir, analizar y diseñar modelos de negocio a través de nueve bloques clave, los cuales han sido utilizados en este proyecto.

## 2.2 Repostería Artesanal

La repostería artesanal se caracteriza por la elaboración manual de postres con ingredientes frescos, sin conservantes y con un alto grado de personalización. Esta tendencia ha cobrado fuerza en los últimos años como una alternativa frente a los productos industrializados. La elaboración casera aporta autenticidad, creatividad y atención al detalle, valores apreciados por un segmento creciente de consumidores que priorizan la calidad y la experiencia sensorial (Castro, 2019).

## 2.3 Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado permite identificar y clasificar a los consumidores con características similares. Kotler y Keller (2016) indican que segmentar permite a las empresas orientar sus esfuerzos hacia públicos específicos, optimizando recursos y mejorando la eficacia de sus estrategias. En el caso de “CHOCOBOOM”, la segmentación se realiza en función de factores demográficos (niños, jóvenes, adultos), psicográficos (preferencia por productos artesanales) y conductuales (consumo en celebraciones y ocasiones especiales).

## 2.4 Propuesta de Valor

La propuesta de valor define aquello que hace único a un producto o servicio. En este proyecto, se destaca la personalización, presentación atractiva y elaboración artesanal como elementos diferenciadores. Esto responde a una necesidad emocional del cliente: encontrar productos que no solo satisfagan el gusto, sino que también generen experiencias memorables (Ries & Trout, 2001).

## 2.5 Marketing Digital y Redes Sociales

El marketing digital, especialmente a través de redes sociales como Instagram y TikTok, se ha consolidado como un canal eficaz para promocionar productos visualmente atractivos como los postres. Según Chaffey (2022), las redes permiten una comunicación directa con el cliente, creación de comunidad y fidelización de marca. “chocoboom” aprovecha estas plataformas para mostrar su propuesta de valor y fortalecer la relación con sus clientes.

## 2.6 Costos y Estructura de Precios

Comprender la estructura de costos es esencial para la sostenibilidad de un emprendimiento. Según Horngren et al. (2012), un adecuado control de costos permite definir precios competitivos sin sacrificar la rentabilidad. En este proyecto se hace un análisis detallado de los costos de ingredientes, operativos y fijos, permitiendo establecer un precio sugerido que equilibre calidad, accesibilidad y margen de ganancia.

## 2.7 Innovación y Satisfacción del Cliente

La innovación en productos y servicios, así como la atención personalizada, son factores clave para la fidelización. La satisfacción del cliente no solo se basa en la calidad del producto, sino en toda la experiencia de compra. Como indica Pine y Gilmore (1999), la economía de la experiencia demanda que los negocios generen valor emocional, lo cual es un objetivo central de “chocoboom”.

## **3. PROBLEMÁTICA.**

En la actualidad, muchas personas buscan opciones de postres que no solo sean deliciosos, sino también accesibles, de buena calidad y elaborados con ingredientes frescos. Sin embargo, en el mercado local existe una falta de propuestas que combinen sabor, presentación atractiva, precios

justos y un enfoque artesanal o personalizado. Además, en celebraciones u ocasiones especiales, los consumidores suelen tener dificultades para encontrar postres que se adapten a sus gustos, necesidades alimenticias o temáticas específicas. Esta falta de variedad, originalidad y atención personalizada representa una oportunidad para cubrir un nicho desatendido en el sector de la repostería.

### 3.1. Bloque 1: Segmento de Clientes

*¿A quién está dirigido mi producto o servicio??*

Este emprendimiento está dirigido a personas que valoran la calidad, el sabor y la presentación en sus postres. Nuestro público objetivo incluye:

- **Niños, jóvenes y adultos** que buscan opciones deliciosas para compartir en reuniones, celebraciones o simplemente para darse un gusto.
- **Padres y madres de familia** que desean sorprender a sus hijos o invitados con postres personalizados.
- **Clientes que valoran lo artesanal**, lo hecho a mano y lo personalizado, más allá de los productos industriales.
- **Personas que celebran ocasiones especiales** (cumpleaños, aniversarios, baby showers, etc.) y buscan postres únicos y temáticos.

#### 3.1.1 Criterios de segmentación

*¿Por qué elegí ese público??*

Elegimos este público porque representa una parte activa y creciente del mercado, con interés en consumir productos únicos, de calidad y personalizados. Los adultos jóvenes y familias suelen participar frecuentemente en celebraciones, reuniones y eventos donde los postres son un elemento esencial. Además, este grupo valora lo artesanal, lo casero y la atención al detalle, lo que se alinea perfectamente con la propuesta de valor de mi emprendimiento.

También se ha identificado una tendencia creciente en redes sociales donde las personas buscan experiencias diferentes, estéticas y compartibles, especialmente en el ámbito de la repostería. Por eso, enfocar el emprendimiento en un público que aprecia tanto el sabor como la presentación

permite conectar emocionalmente con los clientes, generar fidelidad y posicionar la marca en un segmento con alto potencial.

### 3.1.2. Cuantificación Demanda Potencial

*¿Qué cantidad inicialmente piensan crear?*

Inicialmente crearíamos 5 sabores de cada postre que ofreceremos por el momento para que así la gente pueda degustar y ver la calidad de nuestros productos para así luego expandir lo que es nuestro menú.

## 3.2 Bloque II. Propuesta de Valor

*¿En qué nos diferenciamos del resto?*

Nos diferenciamos por ofrecer postres artesanales que combinan sabor, creatividad y personalización en cada detalle. Mientras muchas opciones en el mercado son productos estandarizados y producidos en masa, nosotros apostamos por lo hecho a mano, con recetas únicas y atención personalizada a cada cliente.

Nuestros puntos clave de diferenciación son:

- **Diseño y presentación creativa:** Cada postre no solo es delicioso, sino visualmente atractivo, ideal para celebraciones y redes sociales.
- **Personalización:** Adaptamos nuestros postres a los gustos, colores, temáticas o necesidades del cliente (cumpleaños, baby showers, regalos especiales, etc.).
- **Ingredientes frescos y de calidad:** Utilizamos productos seleccionados cuidadosamente, sin conservantes artificiales.
- **Atención cercana y trato humano:** No solo vendemos postres, sino experiencias dulces que conectan con nuestros clientes de forma cálida y auténtica.

Nuestra meta es que cada persona que pruebe nuestros productos no solo se lleve un postre, sino un momento de felicidad.

### 3.2.1. Propuesta de valor para cada Segmento de Mercado

*¿Qué valor entregamos a cada segmento de mercado??*

Ofrecemos postres accesibles para todo aquel que le gusta tener su día dulce y agradable.

### 3.2.2. Descripción de la necesidad que satisface

*¿Qué necesidad satisfacemos??*

El sistema satisface tanto al cliente por un mejor registro de sus pedidos y al trabajador para un mejor control de los pedidos y productos vendidos.

### 3.2.3. Descripción el Producto o Servicio (Prototipo)

*¿Cuáles son las características mínimas del producto o servicio?*

En nuestro emprendimiento de postres artesanales, ofrecemos una amplia variedad de opciones dulces, hechas con amor, ingredientes frescos y un toque creativo. Cada producto está pensado para brindar una experiencia deliciosa, visualmente atractiva y totalmente personalizable según la ocasión.

Nuestros productos incluyen:

- **Postres en vaso:** Presentaciones individuales con capas de sabores irresistibles. Algunas de nuestras opciones más pedidas son:
  - Tres leches clásico y de chocolate
  - Cheesecake con frutas (fresa, maracuyá, frutos rojos)
  - Tiramisú artesanal
  - Mousse de maracuyá, chocolate o limón
  - Brownie con crema y toppings
- **Tortas personalizadas:** Pasteles hechos a medida para cumpleaños, aniversarios, bautizos, baby showers y más. Ofrecemos diseños creativos y temáticos, con sabores como:
  - Chocolate intenso
  - Red velvet con frosting de queso crema
  - Vainilla con rellenos frutales
  - Zanahoria con nuez y crema
  - Chocoflan (pastel mixto)
- **Cupcakes:** Mini tortas decoradas, perfectas para regalar o complementar una mesa dulce. Se ofrecen en combos temáticos, con variedad de sabores y decoraciones comestibles.

- **Mini postres surtidos:** Bandejas con pequeñas porciones de diferentes postres para eventos o reuniones. Incluyen shots de mousse, mini cheesecakes, flanes, chocobombas, entre otros.
- **Chocobombas y trufas artesanales:** Ideal para regalar o acompañar bebidas calientes. Rellenas de chocolate, malvavisco, dulce de leche o sabores especiales según la temporada.
- **Gelatinas artísticas:** Gelatinas decoradas en capas o 3D, con colores y sabores personalizados. Ideales para fiestas infantiles o eventos temáticos.

Todos nuestros productos pueden personalizarse en sabor, presentación y tamaño. También ofrecemos opciones especiales por encargo como postres sin azúcar, sin lactosa o veganos.

### **3.3. Bloque III. Canales de Distribución y Comunicación**

*¿Cómo llega el sistema al cliente final y cómo nos comunicamos con él?*

El sistema llega al cliente con una publicidad de marketing llamativo que le da la confianza al cliente al momento de adquirir el sistema

#### **3.3.1. Descripción de los Canales de Distribución y Comunicación**

*¿Cuál es el canal de distribución a utilizar y el cual medio de comunicación?*

El mercado de postres artesanales ha crecido notablemente en los últimos años, impulsado por la demanda de productos únicos, personalizados y de alta calidad. Los consumidores ya no buscan solo sabor, sino también presentación, originalidad y opciones adaptadas a sus gustos y necesidades alimenticias (saludables, sin azúcar, veganos, etc.).

Las redes sociales, especialmente Instagram y TikTok, han jugado un papel clave en la popularización de postres visualmente atractivos, lo que ha aumentado la demanda de propuestas innovadoras y personalizadas.

#### **3.3.2. Descripción de la Integración de los Canales de Distribución (Si corresponde).**

*¿Cómo se integran los canales de distribución?*

Se puede adquirir el sistema personalmente y mediante WhatsApp.

### 3.3.3. Grafica (Flujograma) de los Canales de Distribución y Comunicación

*Diseñar el canal de distribución completo.*

## 3.4 Bloque IV. Relación con el Cliente

*¿Cómo la empresa se va relacionar con el cliente?*

Se basará en la satisfacción y garantía de que los postres este totalmente del agrado del cliente.

### 3.4.1. Describir la Estrategia de Relación con el Segmento de Mercado

*¿Qué tipo de estrategia de relacionamiento se va utilizar?*

Mediante Nuestras Redes sociales para convencer a nuestros compradores o proyecciones para demostrarles cómo funciona nuestros postres en el hecho de que ellos pueden escoger de su preferencia el que mas le guste.

### 3.4.2. Cuantificar el costo

*¿Cuánto, aproximadamente, demandará la estrategia de relacionamiento?*

El tiempo que sea necesario para atraer al público y los negocios que lo deseen adquirir.

## 3.5 Bloque V. Flujo de Ingresos

### 3.5.1. Flujo de Ingresos por cada segmento de mercado

*¿Cómo va ingresar el dinero por cada segmento del negocio?*

Vamos analizar los puntos estratégicos ya que hay mucha demanda de pastelerías y para que tengan un buen servicio para sus clientes.

### 3.5.2. Estrategia de Precios

*¿Qué tipo de estrategia de precios se va utilizar?*

*Estudiar a nuestra competencia*

### 3.5.3. Precios aproximados de la competencia

#### 1. Postres en Vaso o Copas Individuales (como mousse, gelatinas, cheesecakes):

- **Precio promedio:** Entre **Bs 15 y Bs 30** por unidad, dependiendo del tamaño, ingredientes (como fruta, chocolate, etc.), y decoración.
  - **Postres simples** (como mousse o gelatina): **Bs 15 – Bs 20.**

- **Postres gourmet** (como mousse de maracuyá, chocolate, o con frutas frescas): **Bs 25 – Bs 30**.

## **2. Cupcakes (Individuales o por docena):**

- **Precio por cupcake:** Generalmente entre **Bs 10 y Bs 20** por unidad, dependiendo de la decoración y los ingredientes.
  - **Cupcakes básicos** (vainilla o chocolate): **Bs 10 – Bs 12**.
  - **Cupcakes personalizados** o gourmet (con decoración especial, rellenos o sabores únicos): **Bs 15 – Bs 20**.

## **3. Tortas (porciones):**

- **Precio por porción de torta** (de 150-200g): Aproximadamente entre **Bs 15 y Bs 25**, dependiendo del tipo de torta.
  - **Tortas tradicionales** (chocolate, vainilla, etc.): **Bs 15 – Bs 20** por porción.
  - **Tortas gourmet** (como red velvet, mousse de chocolate, tortas personalizadas): **Bs 20 – Bs 25** por porción.
- **Precio por torta entera:** Una torta entera (de 1 a 2 kg) puede costar entre **Bs 150 y Bs 300** o más, dependiendo del tipo, decoración y personalización.
  - **Tortas simples:** **Bs 150 – Bs 180**.
  - **Tortas temáticas** o personalizadas (de cumpleaños, bodas, etc.): **Bs 200 – Bs 300**.

## **4. Postres para Eventos o Catering:**

- Para eventos, las **cajas de postres** (con mini porciones de diferentes tipos de postres, como cupcakes, mini tortas, o postres en vaso) suelen ser vendidas por **Bs 100 a Bs 250** dependiendo del tamaño y la personalización.

### **3.5.4. Modalidades de Pago**

*¿Cuál va ser la modalidad de pago del cliente?*

La modalidad de realiza mediante efectivo, transacciones en QR.

### 3.6 Bloque VII. Actividades Clave

*¿Qué actividades importantes se van a realizar en el negocio?*

En actividades de Oferta de Marketing en la venta de nuestro sistema y de nuestra variedad de pasteles.

#### 3.6.1. Describir las Actividades Claves de la Propuesta de Valor

*¿Cuáles son las actividades importantes relacionadas con la propuesta de valor?*

Las actividades que se va a relacionar son: Atención al Cliente, Desarrollo del sistema.

### 3.7 Bloque VIII. Asociaciones Claves

*¿Cuáles serán los socios que ayudarán a que el emprendimiento se realice?*

Los socios que nos ayudaran en el desarrollo del sistema y los que deseen aportar de recursos tecnológicos.

#### 3.7.1. Describir las Asociaciones Claves (Alianzas Estratégicas)

*¿Cuáles serán las instituciones o empresas que ayudarán al negocio?*

**Las instituciones que nos ayudaran en el negocio son.:**

- ✓ Empresa de telecomunicación
- ✓ Empresa de Postres y pastelerías

#### 3.7.2. Describir los Socios Claves (Nos, ubicación)

*¿Cuáles serán las personas que ayudarán a que el negocio se consolide?*

Se puede considerar a las personas que quieran digitalizar su organización y registros digitalizados y personal de marketing.

### 3.8 Bloque IX. Estructura de Costos

#### 3.8.1 Costos aproximados de ingredientes para 25 postres pequeños

1. **Harina** (para tortas y bizcochos):
  - Aproximadamente **500 g** para 25 postres.
  - Costo aproximado de Bs 5.00 por 500 g.
2. **Azúcar** (para la base, coberturas y rellenos):
  - Aproximadamente **300 g** para 25 postres.
  - Costo aproximado de Bs 3.00 por 500 g.
  - Por 300 g: Bs 1.80
3. **Huevos** (para la masa y algunos rellenos):
  - Aproximadamente **6 huevos**.
  - Costo aproximado de Bs 1.50 por huevo.
  - Costo total: **Bs 9.00**

4. **Leche** (para cremas o bases húmedas):
  - Aproximadamente **500 ml**.
  - Costo aproximado de Bs 5.00 por litro.
  - Costo total: **Bs 2.50** (por 500 ml)
5. **Mantequilla** (para la base y decoración):
  - Aproximadamente **100 g**.
  - Costo aproximado de Bs 10.00 por 500 g.
  - Costo total: **Bs 2.00**
6. **Queso crema** (para rellenos o coberturas, si es necesario):
  - Aproximadamente **200 g**.
  - Costo aproximado de Bs 12.00 por 400 g.
  - Costo total: **Bs 6.00**
7. **Chocolate y otros ingredientes para decoraciones** (chocolate, frutas, toppings, etc.):
  - Aproximadamente **200 g** de chocolate.
  - Costo aproximado de Bs 10.00 por 200 g.
  - Costo total: **Bs 10.00**
8. **Vasos, cápsulas o empaques** (si es necesario):
  - Aproximadamente **25 unidades** (vasitos o cápsulas para cupcakes).
  - Costo aproximado de Bs 0.80 por unidad.
  - Costo total: **Bs 20.00**
9. **Otros ingredientes menores** (vainilla, saborizantes, azúcar glas, etc.):
  - Aproximadamente **Bs 5.00** para los 25 postres.

### 3.8.2. Costos totales de ingredientes para 25 postres pequeños

<i>Ingrediente</i>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Aproximado en Bs</b>
<i>Harina</i>	500 g	Bs 5.00
<i>Azúcar</i>	300 g	Bs 1.80
<i>Huevos</i>	6 unidades	Bs 9.00
<i>Leche</i>	500 ml	Bs 2.50
<i>Mantequilla</i>	100 g	Bs 2.00
<i>Queso crema</i>	200 g	Bs 6.00
<i>Chocolate y decoraciones</i>	200 g	Bs 10.00
<i>Vasos, cápsulas o empaques</i>	25 unidades	Bs 20.00
<i>Otros ingredientes menores</i>	-	Bs 5.00

### 3.8.3. Costo total de ingredientes

**Bs 60.30** por los 25 postres pequeños.

### 3.8.4. Costos operativos y fijos (para 25 postres)

#### Gastos operativos por unidad (aproximados):

- **Electricidad / gas:** El costo de electricidad y gas por la producción de 25 postres será **aproximadamente Bs 5.00.**
- **Transporte y otros gastos operativos:** Si haces entregas o compras productos adicionales, estima **Bs 3.00** por lote.

### 3.8.5. Total de costos operativos y fijos:

- **Bs 5.00 (electricidad / gas) + Bs 3.00 (otros operativos) = Bs 8.00**

### 3.8.6. Costo total por 25 postres:

- **Costo de ingredientes:** Bs 60.30
- **Costo operativo y fijos:** Bs 8.00

**Total aproximado para 25 postres: Bs 68.30**

### 3.8.7. Precio sugerido de venta por postre:

Si deseas obtener un margen de ganancia del 30% al 50%, puedes calcular el precio por postre de la siguiente manera:

- **Costo por postre:**

$$100/25=\text{Bs } 4 \text{ por postre}$$

- **Ganancia del 30%:**

$$4+(4\times 0.30)=\text{Bs } 5.5$$

- **Ganancia del 50%:**

$$4+(4\times 0.50)=\text{Bs } 6$$

### Precio recomendado por postre:

Podrías vender cada postre pequeño entre **Bs 5.5 y Bs 6**. Si el precio varía dependiendo de la personalización o tipo de postre (por ejemplo, postres temáticos o especiales), ajusta en consecuencia.

#### 4. Recomendaciones.

##### Recomendaciones:

###### 1. Optimiza los Costos:

- **Compra en volumen:** Si compras ingredientes a granel, puedes reducir los costos y aumentar tu rentabilidad.
- **Simplifica el proceso de producción:** Mantén un control estricto sobre las cantidades de ingredientes para evitar desperdicios y mermas.

###### 2. Estrategias de Precios y Promociones:

- **Precios accesibles con márgenes atractivos:** Si mantienes precios competitivos, asegúrate de no sacrificar demasiado tu ganancia. Ofrece precios de **Bs 5 a Bs 10 por unidad** para postres pequeños, dependiendo de la personalización y tipo de producto.
- **Promociones por volumen:** Ofrece descuentos por compras en grandes cantidades, o realiza promociones como "compra 5 y lleva 1 gratis". Esto no solo aumenta las ventas, sino que también atrae a más clientes.

###### 3. Diversifica tu Oferta:

- **Postres temáticos o de temporada:** Puedes crear postres especiales para ocasiones como Navidad, San Valentín, o el Día de la Madre. Las decoraciones personalizadas agregan un valor considerable a tus productos.
- **Ofrece opciones saludables:** Muchas personas buscan opciones de postres sin azúcar, sin gluten o veganos. Incursiona en estos productos para atraer a un público más amplio.

###### 4. Marketing y Visibilidad:

- **Redes Sociales:** Aumenta tu presencia en redes sociales como Instagram y Facebook, donde puedes mostrar fotos atractivas de tus productos y crear promociones para captar clientes.
- **Colaboraciones locales:** Colabora con otros negocios locales o con Influencers para promocionar tus postres. Las alianzas pueden ser muy beneficiosas para aumentar la visibilidad de tu marca.

###### 5. Atención al Cliente:

- **Enfócate en la experiencia del cliente:** Asegúrate de que la calidad del producto y el servicio sean consistentes. Un cliente satisfecho es un cliente que vuelve y recomienda tu negocio.
- **Ofrece opciones de personalización:** Permite a los clientes personalizar sus postres (por ejemplo, eligiendo sabores, decoración o porciones) para mejorar la experiencia.

## 5. Conclusión

Nuestro emprendimiento de postres tiene un **gran potencial** al ofrecer productos de calidad a precios accesibles. Los costos de producción son razonables, y al posicionarnos en un rango de precios de **Bs 5 a Bs 10 por unidad**, puedes ser competitivo en el mercado. La **personalización** y las **opciones saludables** pueden ayudarte a diferenciarte, mientras que una buena estrategia de **marketing en redes sociales** y **promociones** aumentará la visibilidad y atraerá más clientes. Con un enfoque en calidad, creatividad y atención al cliente, podemos lograr un **crecimiento sostenido** en el negocio.

## 6. ANEXO

